

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki berbagai macam suku yang beranekaragam. Karena memiliki keanekaragaman suku ini, tentu Indonesia juga memiliki kebudayaan yang sangat banyak. Menurut Koentjaraningrat kebudayaan dibedakan ke dalam 7 unsur yang bersifat universal, salah satunya yaitu sistem peralatan hidup dan teknologi. Unsur ini berisi tentang kebudayaan fisik, seperti alat produksi, senjata, pangan, papan, dan sandang (Sutardi, 2007)

Menurut buku berjudul Batik yang ditulis oleh Adi Kusrianto, UNESCO mengeluarkan sertifikat pada 2 Oktober 2009, yang menyebutkan batik sebagai warisan budaya Indonesia yang lisan dan nonbendawi (Kusrianto, 2013). Pada saat ini batik Indonesia mengalami peningkatan peminat. Batik sudah mulai meluas ke luar pulau Jawa dan bahkan dikagumi di internasional. Menurut data Kementerian Perindustrian menunjukkan jumlah unit usaha batik dan ekspor ke mancanegara selama 5 tahun, sejak 2011 hingga 2015 mengalami peningkatan yang besar (Diakui Dunia, Ekspor Batik RI Meningkat Setiap Tahun, [www.finance.detik.com](http://www.finance.detik.com), 27 Februari 2016, 21.44).

Perkembangan batik pada saat ini, produsen pakaian yang menggunakan batik pun ikut berkembang. Namun pada saat ini produsen pakaian lebih sering menggunakan batik cap atau batik *printing* karena harga yang lebih murah daripada menggunakan batik tulis. Namun tak semua produsen pakaian menghilangkan penggunaan batik tulis sebagai bahan utama dalam pembuatan produknya, salah satunya yaitu Dewi Yanti Butik yang terletak di daerah Bandung.

Berdasarkan hasil observasi secara langsung (Selasa, 23 Februari 2016) Dewi Yanti Butik merupakan suatu butik yang tetap mempertahankan budaya batik tulis di hampir setiap produk fashion yang dihasilkan dan pewarnaan batik menggunakan warna alam yang tidak menggunakan bahan kimia sehingga lebih ramah lingkungan. Ciri khas

yang hanya dimiliki Dewi Yanti Butik yaitu satu-satunya butik di Bandung yang menyediakan batik Pasuruan, Jawa Timur. Menurut data dan fakta, selain batik Pasuruan, Dewi Yanti Butik ini memiliki produk-produk khas lainnya seperti pakaian bordir dengan motif khas Tanggulangin Sidoarjo, pakaian lukis, dan perhiasan khas Malang. Dewi Yanti Butik memiliki kelebihan yang banyak, mulai dari cara produksi produk butik ini yang dibuat secara manual sehingga produk memiliki kualitas yang rapih dan nyaman untuk digunakan. Produksi secara manual ini juga membuat produk Dewi Yanti Butik hanya dapat dihasilkan 1 buah saja, tidak ada yang sama. Sejak awal berdirinya Dewi Yanti Butik pada tahun 2009 sampai saat ini hanya melakukan penjualan melalui relasi-relasi saja, sehingga penjualan tidak banyak peningkatan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis merasa perlu merancang visual promosi untuk membantu mengenalkan kepada masyarakat dan meningkatkan penjualan Batik, khususnya Pasuruan, Jawa Timur melalui Dewi Yanti Butik, sehingga dapat bersaing dengan butik-butik yang sudah terkenal. Promosi ini akan lebih menekankan melalui elemen fotografi dan videografi, sehingga detail dan kelebihan-kelebihan produk dapat diperlihatkan dengan baik.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah disampaikan di atas, penulis merangkum rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Bagaimana merancang visual promosi yang menarik bagi target sehingga meningkatkan penjualan Dewi Yanti Butik?

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah pengenalan produk Dewi Yanti Butik di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Waktu penelitian dan perancangan pada bulan Februari-Mei 2016. Rancangan ini dibatasi pada perancangan media informasi yang memperkenalkan produk Dewi Yanti Butik bagi masyarakat dewasa yang memiliki pekerjaan dan tinggal di perkotaan sebagai *target audience*.

### 1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

Merancang visual promosi ini dapat meningkatkan penjualan Dewi Yanti Butik, dan agar diketahui *target audience*.

### 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner.

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke Dewi Yanti Butik.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan langsung dengan pemilik Dewi Yanti Butik mengenai produk-produk dan sejarah Dewi Yanti Butik

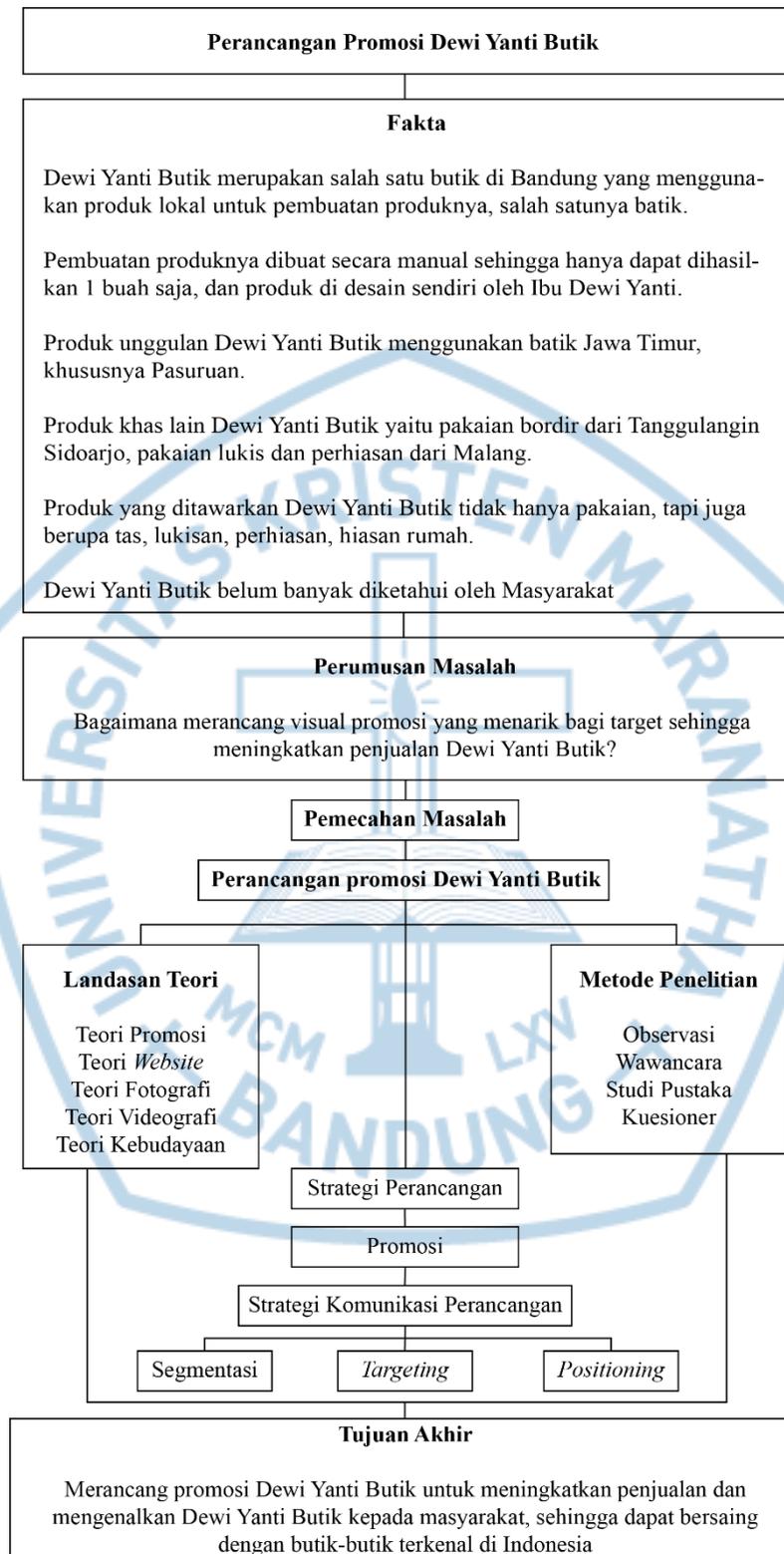
3. Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data melalui buku, artikel, dan internet yang berhubungan dengan permasalahan perancangan promosi.

4. Kuesioner

Penulis mengumpulkan data kuesioner untuk membantu memilih media yang efektif untuk membuat rancangan visual.

## 1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan  
Sumber: Data Pribadi, 2016